



VIN D'ŒUVRE

www.vindoeuvre.ch

Cela n'aurait pu être envisagé il y a peu... Ces dernières années, nous avons l'opportunité de découvrir de plus en plus de jeunes vignerons qui osent se lancer dans la production de vin, sans être issus du cru... Ceci apporte une nouvelle richesse mais aussi une ouverture sur de nouveaux vins très intéressants : cela permet même à la Suisse de faire partie des «grands» dans un paysage qui s'essouffle parfois en relègue. Aujourd'hui, c'est donc avec une bonne humeur évidente que nous partons à la rencontre de Isabella et Stéphane Kellenberger, les maîtres d'œuvre de «Vin d'œuvre», à l'éclat de rire pour le moins communicatif :

Pouvez-vous vous présenter en quelques mots? Ou une phrase? Qu'est-ce qui définit le couple Kellenberger? Nous sommes tous les deux Bernois et avons étudié ensemble l'oenologie sans nous connaître auparavant. Mais nous ne nous sommes rapprochés «sentimentalement» qu'une fois les études terminées. Nous avions à cœur de rester concentrés sur ce qui nous semblait le plus important auparavant. Puis une fois l'évidence de notre association confirmée, nous nous sommes retrouvés

No one would have thought it possible in the past. In recent years we have seen an increasing number of young winemakers who have had the guts to jump into the world of wine production without a long history of experience behind them... This has brought new depth to the sector as well as opening a window on new and very interesting wines ; even Switzerland has joined the "big players" in a landscape that finds winegrowing a little tricky. Today we meet Isabella and Stéphane Kellenberger, the masterminds behind "Vin d'œuvre" for a high spirited interview full of fun :

Describe yourselves in a few words or in a sentence. What's the story behind the Kellenberger twosome? We are both from Bern and studied oenology without really crossing paths. We did not get involved romantically until after our studies. We wanted to stay focused on what we thought was the most important thing to us both. Then once we were boyfriend and girlfriend we found out that we both had the same goal – to create our very own wine ! From that moment on everything happened very quickly, we had luck on our side plus the fabulous support of

... nous essayons de créer une marque qui représente nos valeurs et qui définit notre standard de qualité ...

à nous confier avoir la même envie : créer notre propre vin ! A partir de là, tout s'est enchaîné très vite, avec un zeste de chance et surtout l'appui formidable de nos deux familles ; nous avons acheté une première parcelle à Fully et ensuite notre magnifique cave à Loèche ; et l'aventure Kellenberger a pu officiellement démarrer... A deux, nous sommes complémentaires, et surtout ouverts vers de nouvelles idées ; nous avons à cœur de nous remettre en question chaque jour afin de progresser.

Le choix des études en œnologie vient-il d'une passion ou alors d'un héritage familial ? Est-ce rare de voir des gens se tourner vers le métier de vigneron sans avoir baignés dedans dès la naissance ? Au départ ce choix est né d'une grande curiosité. J'ai moi-même (Isabella) grandi avec un père qui me faisait goûter et choisir ses vins, de là une grande curiosité s'est éveillée en moi.... Puis durant mes études, cette curiosité s'est transformée en passion. C'est un métier complexe, difficile ; si tu n'es pas passionné, tu ne résistes pas au rythme que t'imposent les saisons entre autre... Mais c'est aussi tellement varié ! Notre travail ne se limite pas aux vendanges et à la culture de la vigne : il y a aussi les rencontres avec les clients, le partage, les événements, les stratégies commerciales... On ne s'ennuie jamais et c'est ça qui définit vraiment notre métier ; c'est impossible d'en faire le tour !

Vous dites « nous sommes Vin d'œuvre »... Pouvez-vous développer ? Vin d'œuvre c'est avant tout le jeu ; de mot mais aussi avec notre logo : nos deux mains représentent « la main d'œuvre » qui se cache derrière le produit, nous essayons de créer des « Chais » d'œuvres qui accompagneront à merveille par exemple des hors d'œuvres... Tu vois ? Tout est dans la manière de le tourner... Nous essayons de créer une marque qui représente nos valeurs et qui définit notre standard de qualité, notre « patte », notre empreinte à travers nos mains. Au-delà de tout, ce que nous voulons transmettre ce sont nos valeurs, et c'est ainsi que nous définissons notre standard de qualité, à travers notre amour commun.

Toujours dans le jeu de mot, vous donnez à vos vins des titres aux références anglophones, « to die for », « born to be wise », pourquoi ce choix plutôt étonnant ? Alors il faut que je te raconte l'histoire... Nous étions partis en voyage au Canada de plusieurs jours, en mode découverte et traversée du pays. Après plusieurs kilomètres avalés, nous sommes arrivés dans une petite ville perdue et n'avions plus le choix que d'y passer la nuit. Sur la pancarte d'un restaurant il était marqué « Best restaurant in town », à savoir que c'était le SEUL de la ville ! Et figure-toi que le repas était vraiment... catastrophique, pour ne pas dire autre chose... Et nous avons tellement ri de la situation : c'est à ce moment précis que nous avons eu l'idée de nom pour notre premier vin, un Gamay... Nous allions l'appeler « To die for » parce qu'on s'est dit que si au pire il est aussi mauvais que ce repas, on pourrait en mourir... de rire ! Une fois l'idée lancée, on en a fait notre marque de fabrique : donner des noms anglais avec une touche personnelle, une histoire liée au vin ou

both families ; we bought our first parcel of land at Fully followed by a wonderful cellar at Loèche and the Kellenberger adventure was truly up and running... As a couple we complement each other and are particularly open to new ideas. We are keen to challenge ourselves and to make progress every day.

Did choosing to study oenology come from a passion for wine or a family legacy ? Is it unusual to see people becoming winegrowers when they haven't been immersed in that world from birth ? The starting point on this path was great curiosity. I (Isabella) grew up with a dad who let me taste and select wine and that stirred the curiosity within...big time ! Then as my studies progressed this curiosity turned into a passion. It is a difficult and complicated profession ; if you are not passionate about it, you can't shoulder the rhythm of the seasons, amongst other things... Also the job is also so varied ! Our work is not restricted to the grape harvest or to growing vines : it involves meeting customers, sharing information, going to events, developing business strategies... You never get bored and that's what our profession is really about ; it is impossible to see everything from all angles !

You say "we are Vin d'œuvre"... Tell us more ? Vin d'œuvre is a play on words as is our logo : the two hands symbolise "the craftsmanship" behind our wine, we try to create "wine-stores" full of masterpieces that go perfectly with starters, for example... Do you see what I mean ? It is all about your spin on things... We are trying to create a brand that represents our values and our quality standards, our "hand print", the mark we leave behind via our handiwork. Most of all, what we want to get across are our values. This is how we define our standard of quality via our shared passion.

Still using word play, you give your wine names with English references such as, "to die for", "born to be wise", why so random ? Well here's the story behind all that... We were on a trip in Canada, exploring the country. After a few kilometres we arrived in a remote little town and had no other choice but to spend the night there. The sign on the restaurant said "Best restaurant in town", but it was THE ONLY restaurant in town ! And actually the meal was truly awful, and that's putting it mildly... And we laughed our socks off : it was at that moment that the name for our first wine, a Gamay, popped into our heads... We decided to call it "To die for" because we thought that if worse came to worst and it was as bad as this meal we might actually die... laughing ! Once the idea took root we made it our trademark, English names with a personal touch, a story linked to wine, our cellar or even to us... But not for the Pinot though : we kept traditionally French names for that as a tribute to this ancient grape and out of respect to its country of origin.

If I wanted to buy your wine, how do I go about it ? What's your price point ? Our wine is in the medium to high end and good value for money. We have three distributors in Switzerland to cover the country geographically speaking and we get on like a



... si tu n'es pas passionné, tu ne résistes notamment pas au rythme que t'imposent les saisons ...

à notre cave, même à nous... Sauf pour le Pinot : on lui a gardé des noms traditionnellement français en hommage à ce vieux cépage et respecter son pays d'origine.

Si je désire acheter votre vin, comment dois-je m'y prendre ?

Dans quelle gamme de prix vous situez-vous ? Nos vins se situent dans la gamme moyenne à haute avec un bon rapport qualité-prix. Nous avons trois distributeurs en Suisse, histoire de couvrir géographiquement le pays, avec qui les relations se passent très bien. Mais nous avons aussi à cœur de pouvoir entretenir un contact direct avec nos clients ; la plupart nous contactent par téléphone ou mail et j'encourage tout le monde à le faire ! Cela se finit souvent par une visite de nos caves ! Ils pourront ainsi découvrir le domaine et s'offrir une petite parenthèse dans notre magnifique région.

Pouvez-vous nous dire en quoi le marché du vin a changé depuis ces dernières années ? Voyez-vous des transformations à venir, par exemple dans la manière de produire ? Le marché suisse a déjà vécu de grands changements, la qualité a fortement augmenté durant la dernière décennie. Plusieurs facteurs en sont la cause : des nouvelles méthodes de vinifications, des technologies pointues en cave, une meilleure connaissance des vignes... Mais aussi beaucoup de nouveaux étudiants bien formés à l'école de Changins, qui souvent vont s'ouvrir à d'autres horizons après leurs études en effectuant des stages à l'étranger avant de revenir au pays, cela permet de hausser la barre de qualité à un niveau remarquable.

Vin Bio, non filtré, sans sulfates... Le consommateur a de quoi s'y perdre... Qu'en pensez-vous ? C'est très vrai ça ! Il y a d'une part des « effets mode » (orange wine, etc.) mais aussi beaucoup de labels qui compliquent la communication avec le consommateur, souvent adepte de nouveautés. Ce que nous constatons surtout, c'est cette nouvelle volonté des producteurs de vin de s'investir dans une viticulture durable (peu importe qu'elle soit biologique ou pas). Ceci dit, l'utilisation de produits phytosanitaires reste indispensable pour protéger nos vignes (pour l'appellation bio ainsi que pour la production intégrée, aujourd'hui appelée durable). Si nous prenons le Valais comme exemple, il est flagrant de voir le nombre d'hectares qui ont été enherbés ces dernières années.

Des projets immédiats ou futurs ? Mais nous sommes toujours plein de projets et des nouvelles idées à développer... Nous attendons actuellement une vigne de Completer qui entrera en production pour 2021. Ce sera le premier millésime d'un vieux cépage blanc très connu aux Grisons, auquel on soupçonne d'avoir des racines en Valais. D'autres projets sont aussi lancés d'une manière plus spontanée en parallèle. Nous essayons d'éveiller la curiosité du client avec des événements ou des histoires autour du vin.

Merci à vous deux pour votre énergie, Open se met donc à pied d'œuvre... pour découvrir... vos CHEFS D'ŒUVRES!!!

house on fire. But we are also keen to maintain direct contact with our customers ; most of them contact us by telephone or email and I encourage everyone to do this ! It often ends up with a trip to our cellars ! They can discover the domaine and explore this magnificent region.

How has the market changed over the past few years ? Do you see any changes happening in the future, for example in the way wine is produced ? The Swiss market has already undergone huge changes and quality has risen sharply over the past decade. There are several reasons for this : new vinification methods, cutting edge technology for cellars, a deeper knowledge of vines... Plus a clutch of new and well trained students from the school at Changins, some of whom go on to do internships abroad after their studies before returning to this country. This means that the quality bar has been raised to a very high level.

Organic wine, unfiltered wine, sulfate-free wine... All a bit mind boggling for the consumer, don't you think ? Very true ! There are "trends" of course (such as orange wine, etc.) but also a lot of labels that overcomplicate communication with the consumer, often full of novelty. What we have noticed though is the desire of wine producers to invest in sustainable viticulture (whether organic or not). That said, the use of phytosanitary products remains crucial to protect our vines (as well as for organic appellation and integrated production - now called sustainable production). If we look at the Valais for example, it is stunning to see how many hectares have been left to grass in recent years.

Any projects in the pipeline ? We always have projects on the go and new ideas in the pipeline... We are currently waiting for a Completer grape vineyard that will start producing in 2021. This will be the first vintage of a well-known white grape variety in the Graubunden region, which we suspect may have roots in the Valais. We have other projects going on spontaneously alongside this. We are always trying to arouse customer curiosity by egging them on to discover more about wine via events or by telling them wine-related stories.

Thank you both for your vivacity and get-up-and-go, Open is now getting ready to discover your... MASTERPIECES/handwork!!!

S'évader un instant ...

Humagne Rouge AOC Valais



GRAVÉ DANS MON CŒUR.

A déguster avec modération